

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Nike Warehouse Jl. Jakarta No.49c, Penanggungan, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65113. Pemilihan lokasi tersebut karena potensi konsumen baik yang mengunjungi maupun konsumen yang melakukan keputusan pembelian sepatu cukup tinggi.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2010:8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menekankan pada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike, pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike dan pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Sugiyono (2013:90) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

konsumen baik yang mengunjungi maupun konsumen yang melakukan keputusan pembelian sepatu di Nike Warehouse kota Malang, yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti namun memiliki atau pernah membeli sepatu merek Nike.

## 2. Sampel

Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih dalam penelitian (Widayat, 2004:93). Besarnya sampel sangat dipengaruhi banyak faktor antara lain tujuan penelitian, bila penelitian bersifat deskriptif maka umumnya membutuhkan sampel yang besar tetapi bila penelitiannya hanya untuk menguji hipotesis, dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit.

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500 responden, jumlah minimum untuk penelitian deskriptif adalah sebanyak 100 responden (Widayat, 2004:105). Jadi Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen baik yang mengunjungi maupun konsumen yang melakukan keputusan pembelian di Nike Warehouse kota Malang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013:95). Penentuan sampel dengan cara *purposive sampling*. Sugiyono (2013:96) menjelaskan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki syarat-syarat tertentu. Syarat-syarat menentukan sampel pada *purposive sampling* yaitu:

- a. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat di dalam studi pendahuluan yang dapat dipercaya.

- b. Pengambilan sampel harus didasarkan pada ciri-ciri, sifat-sifat, atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.
- c. Subjek yang diambil sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung Nike Warehouse kota Malang pengguna atau pernah membeli sepatu Nike. Kriteria yang

diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Pengunjung Nike Warehouse kota Malang.
- b. Menjadi konsumen atau pernah membeli sepatu merek Nike.
- c. Usia responden lebih dari 17 tahun karena pada usia tersebut dianggap telah cukup dewasa dan memiliki pemikiran yang rasional.

#### **D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

##### **1. Variabel penelitian**

Variabel penelitian adalah segala yang ditetapkan oleh peneliti dalam mempelajari dan menemukan informasi, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:38). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel yaitu :

##### **a. Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2008:39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek ( $X_1$ ) dan gaya hidup ( $X_2$ ).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono 2008:40). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

## 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang akan peneliti teliti dalam hal ini adalah variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Nike yaitu citra merek dan gaya hidup. Definisi operasional variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Difinisi	Indikator	Sumber
Citra Merek	Suatu ciri khas sebuah produk yang dikenal oleh konsumen dan mempengaruhi untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut	1. Merek yang mudah diingat 2. Berbagai pilihan warna. 3. Memberikan jaminan kenyamanan. 4. Memiliki daya tahan yang kuat.	Keller (2013:221)
Gaya Hidup	Pola kehidupan yang dialami oleh Konsumen yang segmentasinya mengukur kebiasaan manusia berdasarkan : 1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini	1. Membuat konsumen tampil gaya. 2. Membuat konsumen percaya diri dalam beraktivitas. 3. Sangat berguna bagi konsumen. 4. Memiliki model yang <i>sporty</i> .	Kotler (2008:192)
Keputusan Pembelian	Bagaimana Individu, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan tidak menggunakan barang atau jasa.	1. Keyakinan terhadap produk. 2. kemantapan konsumen pada produk. 3. Senang untuk membeli produk. 4. Konsumen tidak berfikir lama .	Kotler (2008:181)

### **E. Jenis dan Sumber Data**

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek atau subjek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran angket atau kuisioner pada sampel yang telah ditentukan. Kuisioner merupakan data yang berisi pertanyaan tertulis terkait dengan penelitian yang dilakukan.

### **F. Teknik Pengumpulan data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan Teknik angket (kuisioner). Angket atau kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### **G. Teknik Skala Pengukuran**

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* sebagai teknik skala pengukuran. Teknik digunakan dalam pengukuran persepsi, pendapat, dan sikap seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator itu dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun bagian instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Pada penelitian ini responden diharuskan memilih jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing diberi skor tertentu. Total skor dihitung untuk kemudian menjadi ukuran posisi responden dalam Skala. Skor tersebut bergerak dengan skala 1 sampai 5, dan memiliki ketentuan.

Tabel 3.2 Skala *Likert*

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

## H. Pengujian Instrument

### 1. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas :

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  , maka instrumen atau pertanyaan dinyatakan signifikan.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka instrumen atau pertanyaan dinyatakan tidak signifikan.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat ukur instrument dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden terdapat pertanyaan yaitu konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah yang mampu memberikan hasil ukur yang dapat dipercaya atau reliabel. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian kali ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan

pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. program aplikasi komputer SPSS akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2018:46).

## I. Teknik Analisa Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis ini juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2008:96).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi berganda antar variabel bebas  $X_1$  terhadap variabel Y

$\beta_2$  = Koefisien regresi berganda antar variabel bebas  $X_2$  terhadap variabel Y

$X_1$  = Citra Merek

$X_2$  = Gaya Hidup

e = Variabel pengganggu

Dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi alangkah baiknya menggunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk

mendapatkan hasil analisis data yang sesuai sebagai syarat pengujian (Ghozali, 2018:107). Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah :

a. Uji Normalitas

Sebuah alat pengujian untuk mengetahui apakah data yang akan digunakan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan alat uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan.

- 1) Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sign  $> 0.05$  maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sign  $< 0.05$  maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali 2018:107). Langkah dalam menguji yaitu dengan melihat besaran dari nilai toleran dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang menghasilkan nilai toleran  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , maka berkesimpulan model regresi terbebas dari gejala multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali 2018:137). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka



disebut Homoskedadistas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Menggunakan cara uji Glejser untuk mengetahui dalam pengujian ini.

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi Heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi.

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson (Ghozali, 2018:111).

## J. Uji Hipotesis

### 1. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji $t$ )

Dalam Uji  $t$  digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel citra merek dan gaya hidup dimana benar-benar berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2018:84).

Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan :

#### **Citra Merek**

$H_o$  :Citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

$H_a$  :Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu :

- a. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **Gaya Hidup**

$H_o$  :Gaya Hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

$H_a$  :Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu :

- c. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- d. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## **2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Dalam sebuah penelitian, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel independen (bebas) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat) (Ghozali, 2018:98).

Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan :

$H_o$  : Citra merek dan gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan.

$H_a$  : Citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Apabila probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

